

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAKSI	ii
SURAT RISET	iii
SURAT TANDA PERSETUJUAN	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
CURRICULUM VITAE	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I

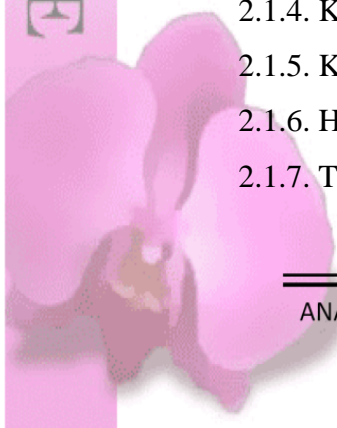
PENDAHULUAN

1.1. <u>Latar Belakang</u>	1
1.2. <u>Perumusan Masalah</u>	3
1.3. <u>Tujuan Penelitian</u>	3
1.4. <u>Manfaat Penelitian</u>	4

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran	5
2.1.2. Bauran Pemasaran	6
2.1.3. Produk	7
2.1.4. Klasifikasi Produk	7
2.1.5. Kualitas Produk	9
2.1.6. Harga (<i>Price</i>)	10
2.1.7. Tempat (<i>Place</i>)	10



2.1.8. Promosi	12
2.1.9. Pengertian Sikap	13
2.1.10. Fungsi Sikap	15
2.1.11. Komponen Sikap	16
2.1.12. Karakteristik Sikap	17
2.1.13. Perubahan Sikap	18
2.1.14. Pembentukan Sikap	19
2.1.15. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.1.16. Model Perilaku Konsumen	23
2.1.17. Faktor Pengaruh Perilaku Konsumen.....	25
2.2. <u>Tinjauan Penelitian Terdahulu</u>	30
2.3. Kerangka Konsep	38
2.4. Hipotesis	39

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

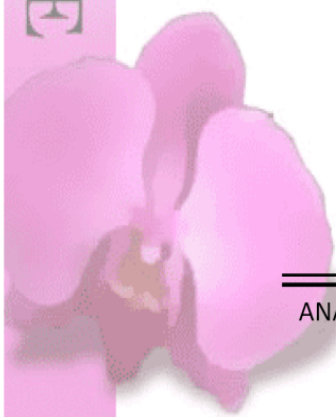
3.1. <u>Jenis Penelitian</u>	40
3.2. Definisi Operasional Variabel	40
3.3. <u>Populasi dan Sampel Penelitian</u>	42
3.4. <u>Metode Pengumpulan Data</u>	43
3.5. Metode Analisis	43

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data	47
4.1.1. Deskripsi Umum	47
4.1.2. Variabel Penelitian	48
4.1.3. Data Karakteristik Responden.....	50
4.1.3.1. Jenis Kelamin	51
4.1.3.2. Usia	52
4.1.3.3. Pendapatan	52

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Rasa.....	54
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Kepraktisan Minuman.....	55
4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Kesegaran.....	56
4.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Desain Kemasan.....	56
4.2.5. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Minuman.....	57
4.2.6. Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	58
4.2.7. Tanggapan Responden Terhadap Iklan.....	59
4.2.8. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Mendapatkan Minuman.....	60
4.3. Hasil Uji Validitas	61
4.3.1. Validitas Keyakinan	61
4.3.2. Validitas Evaluasi	63
4.4. Hasil Uji Reliabilitas	63
4.4.1. Reliabilitas Keyakinan	63
4.4.2. Reliabilitas Evaluasi	64
4.5. Hasil Analisis Sikap	64
4.5.1. Langkah Pertama	64
4.5.2. Langkah Kedua	65
4.5.3. Langkah Ketiga	65
4.6. Hasil Analisis Perilaku Konsumen.....	67
4.6.1. Langkah Pertama	67
4.6.2. Langkah Kedua	68
4.6.3. Langkah Ketiga	69
4.7. Pembahasan Hasil Analisis	69



BAB V	
PENUTUP	
5.1 <u>Kesimpulan</u>	73
5.2 <u>Saran</u>	73
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	74
LAMPIRAN	76

